

**LAPORAN THESIS**  
**METODE PENETAPAN HARGA PRODUK *BEST SELLER* DENGAN  
PERTIMBANGAN MODEL PROMOSI *MARKETPLACE***



**CESARINA PUSPITA SARI DA COSTA ALVES**

**21.G3.0017**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**  
**SEMARANG**  
**2025/2026**

**LAPORAN THESIS**  
**METODE PENETAPAN HARGA PRODUK *BEST SELLER* DENGAN**  
**PERTIMBANGAN MODEL PROMOSI *MARKETPLACE***

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi**  
**Salah Satu Syarat Memperoleh**  
**Gelar Magister Akuntansi**



**CESARINA PUSPITA SARI DA COSTA ALVES**

**21.G3.0017**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2025/2026**

## ABSTRAK

Pelaku usaha minuman kopi skala kecil kerap mengalami kesulitan dalam menetapkan harga jual produk di platform *marketplace*. Persaingan ketat dari pelaku usaha, minimnya pemahaman tentang alokasi biaya komisi dan promosi yang tidak terkelola dengan baik, seringkali berujung pada kerugian finansial. Tujuan penelitian ini memberikan rekomendasi harga ideal melalui model *Cost Plus Pricing*, *Market Based Pricing* dan *Value Based Pricing* sehingga pelaku usaha kopi dapat menetapkan harga jual yang tetap menguntungkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, studi kasus pada produk *best seller* yakni kopi susu gula aren. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan model CPP menghasilkan harga jual stabil yang mampu menutupi seluruh biaya produksi dengan margin keuntungan aman meskipun mengikuti program promosi dengan beban biaya tinggi. Model MBP dan VBP paling sesuai untuk *flash sale* kuota terbatas karena mempertahankan profitabilitas sekaligus daya saing pasar.

**Kata Kunci:** Harga Jual, *marketplace*, *Cost Plus Pricing* (CPP), *Market Based Pricing* (MBP) dan *Value Based Pricing* (VBP)